

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata dan wisatawan

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataannya dimana “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah”. Menurut Spillane “Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu” (Spillane, 1987), sedangkan Kepariwisataannya adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Menurut Plog (1972) dalam Devi (2011) mengelompokkan tipologi wisatawan sebagai berikut: 1) *Allocentris*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui atau tempat asing tanpa perencanaan perjalanan yang disediakan oleh masyarakat local. 2) *Psico-centris*, yaitu wisatawan yang tidak suka lingkungan atau budaya asing, sehingga ketika liburan lebih memilih tempat-tempat yang familiar (Devi, 2011), sedangkan menurut Supriadi (2017) bahwa perilaku wisatawan dibedakan menjadi:

1. Wisatawan masal yang terorganisir (*Organized Mass Tourist*) dengan melakukan perjalanan bersama-sama dalam kelompok dengan mengambil liburan dalam sebuah paket biasanya dengan agen perjalanan.
2. Wisatawan massal individu (*Individual Mass Tourist*) kelompok ini menggunakan fasilitas yang sama dengan wisatawan massa yang terorganisir, tetapi membuat keputusan berdasarkan lebih individual tentang kegiatan wisata mereka.
3. Penjelajah (*Explorers*) wisatawan yang mengatur sendiri kunjungan atau perjalanan namun masih cenderung menggunakan fasilitas wisatawan massa.
4. Drifters (orang yang selalu pindah dari tempat satu ke tempat yang lain) seorang drifters lebih menghindari kontak dengan wisatawan yang lain dan berjalan kaki serta tinggal dengan penduduk setempat. Wisatawan ini tinggal lebih lama dibandingkan dengan wisatawan yang lainnya (Supriadi, 2017).

2.2 Objek Wisata

Menurut Wardiyanta (2006) “obyek wisata adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan dapat memberikan kepuasan pada wisatawan. Hal yang dimaksud dapat berupa: 1) yang berasal dari alam, misalnya pantai, pemandangan alam, pegunungan, hutan, dan lain-lain, 2) yang merupakan hasil budaya, misalnya museum, candi, galeri, 3) yang merupakan kegiatan, misalnya kegiatan keseharian, tarian, karnaval”.

Menurut Yoeti (2008) dalam Yulia (2017) , “umumnya hal yang menjadi daya tarik utama dari wisata alam adalah kondisi alamnya, sedangkan fasilitas seperti rumah makan, sarana akomodasi, serta pelayanan yang baik merupakan faktor

pendukung untuk melakukan wisata alam. Objek wisata alam dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Flora dan fauna

Jenis flora dan fauna yang memiliki keunikan dan kekhasan, seperti Bunga Edelweiss dan Badak Bercula Satu.

2. Keunikan dan kekhasan ekosistem

Sesuai dengan keadaan geografis kawasan yang sangat bervariasi, keberadaan ekosistem di dalamnya akan menunjukkan kekhasan sendiri. Contohnya yaitu ekosistem pantai, hutan bakau, dan dataran tinggi.

3. Gejala alam

Potensi objek wisata berupa gejala alam, antara lain kawah, sumber air panas, air terjun, danau, gletser, dan gua.

4. Budidaya sumberdaya alam

Potensi objek wisata alam berupa budidaya sumberdaya alam, seperti sawah, perkebunan, kebun binatang, dan perikanan”.

2.3 Wisata Hutan Alam

Wisata alam adalah perjalanan ke suatu tempat yang masih asli untuk menikmati keindahan bentang alam termasuk di dalamnya hiking, biking, sailing dan camping (Supriatna, 2008). Wana wisata adalah obyek-obyek wisata alam yang dibangun dan dikembangkan oleh perum perhutani di dalam kawasan hutan produksi atau hutan lindung secara terbatas dengan tidak mengubah fungsi pokoknya. Menurut Atmajaya (2002) dalam Rahayu (2006), “hutan wisata alam didefinisikan sebagai hutan yang mencakup bagian daratan maupun lautan

terutama yang dapat dimanfaatkan untuk pariwisata dan rekreasi alam (*out-bond*), dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Memiliki keadaan alam yang menarik dan indah
- 2) Memenuhi kebutuhan untuk rekreasi
- 3) Berdekatan dengan zona pemukiman
- 4) Memiliki jenis-jenis satwa baru
- 5) Cukup luas dan keadaan lapangan tidak membahayakan” (Atmajaya, 2002 dalam Rahayu, 2006).

2.4 Persepsi

Persepsi menurut KBBI yaitu “suatu tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindra”. Menurut kurniawati “Persepsi merupakan proses memperoleh informasi tentang sesuatu hal dari lingkungan sekitar, bertujuan sangat aktif membentuk kognisi atau pemikiran dasar tentang realita yang diperoleh. Persepsi seseorang berkaitan dengan pengalaman, kemampuan maupun daya persepsi yang diterimanya. Persepsi merupakan bagian dari konsep diri manusia. Persepsi tidak akan lepas dari peristiwa, objek dan lingkungan sekitarnya. Melalui persepsi lah manusia memandang dunianya” (Kurniawati, 2015).

Persepsi merupakan proses pengorganisasian terhadap stimulus yang diterima oleh seseorang sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang diintegrasikan dalam diri individu. Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh alat indra lalu terjadi proses organisasi dan interpretasi yang

dipengaruhi oleh faktor karakteristik wisatawan, motif, pengetahuan, dan ekspektasi. Kemudian akan terjadi interpretasi dari individu tersebut mengenai sesuatu yang diindranya. Pada saat ini lah individu menyadari tentang sesuatu yang dipersepsikan (Walgito, 2003 *dalam* Kurniawati, 2015).

Menurut Slameto “Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa, dan pencium. Persepsi dan perilaku merupakan dua aspek yang mempengaruhi gambaran diri seseorang. Persepsi merupakan pandangan atau konsep yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu hal sedangkan perilaku adalah tindakan atau aspek dinamis yang muncul dari persepsi tersebut” (Slameto, 2010 *dalam* Sri, 2016).

2.5 Dampak Wisata Ekonomi

Pariwisata merupakan faktor yang membantu meningkatkan perekonomian suatu negara, pengembangan yang terjadi mampu mendorong untuk meningkatkan perekonomian nasional, mengembangkan sarana dan prasarana serta mampu menciptakan peluang dalam kegiatan pariwisata. Pariwisata mempunyai dampak perekonomian lainnya antara lain meningkatkan industri baru, menciptakan lapangan kerja serta membantu pembangunan daerah (Yulia, 2017). Nilai yang diberikan seseorang pada lingkungan dapat disimpulkan dari biaya yang dikeluarkan ke lokasi yang dikunjungi. Nilai merupakan persepsi seseorang yang menunjukkan harga yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu pada suatu tempat dan waktu tertentu. Pada kenyataannya, tidak semua barang mempunyai

nilai pasar, seperti tidak dinyatakan dalam satuan mata uang. Nilai ekonomi didefinisikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang mau mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkan (Fauzi, 2006).

2.6 WTP (Willingness To Pay)

Menurut pendapat Amalia *willingness to pay* adalah "harga tertinggi yang bersedia dikeluarkan oleh seorang konsumen untuk mendapatkan suatu barang dan jasa, serta menjadikan patokan dari seberapa besar konsumen tersebut menghargai barang dan jasa yang diinginkan" (Amalia, 2016). *Willingness To Pay* (WTP) adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui pada level berapa seseorang mampu membayar biaya perbaikan lingkungan apabila ingin lingkungan menjadi baik (Fauzi, 2006).

Willingness to pay merupakan nilai ekonomi yang diartikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang berkeinginan mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. Konsep keinginan membayar seseorang terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan ini secara formal disebut dengan *willingness to pay* (Kamal, 2014). Pendekatan yang digunakan yaitu dengan menggunakan *Contingent Valuation Method* merupakan salah satu metode dalam penilaian ekonomi terhadap barang dan jasa lingkungan (Fauzi, 2006).

2.7 Contingent Valuation Method (CVM)

Contingent Valuation Method merupakan metode yang populer digunakan saat ini, karena CVM dapat mengukur nilai penggunaan (*use value*) dan nilai non pengguna (*non-use value*) dengan baik. Dengan mengetahui pola pengeluaran konsumen, dapat dikaji nilai yang diberikan konsumen terhadap objek wisata (Yakin, 1997). *Contingent Valuation Method* merupakan salah satu metode dalam penilaian ekonomi terhadap barang dan jasa lingkungan dengan cara menanyakan secara langsung kepada konsumen. Menurut Yakin "Contingent Valuation Method merupakan metode yang populer digunakan saat ini, karena CVM dapat mengukur nilai penggunaan (*use value*) dan nilai non pengguna (*non-use value*) dengan baik" (Yakin, 1997). Menurut Hanley dan Spash (1993) dalam Amanda (2009) kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh pendekatan CVM dalam memperkirakan nilai ekonomi suatu lingkungan yaitu sebagai berikut:

1. Dapat diaplikasikan pada semua kondisi dan memiliki dua hal penting, yaitu seringkali menjadi satu-satunya teknik untuk mengestimasi manfaat, dan dapat diaplikasikan pada berbagai konteks kebijakan lingkungan.
2. Dapat digunakan dalam berbagai macam penilaian barang-barang lingkungan di sekitar masyarakat.
3. Dibandingkan dengan teknik penilaian lingkungan lainnya, CVM memiliki kemampuan untuk mengestimasi nilai non pengguna. Dengan CVM, seseorang mungkin dapat mengukur utilitas dari penggunaan barang lingkungan bahkan jika tidak digunakan secara langsung.

4. Meskipun teknik dalam CVM membutuhkan analisis yang kompeten, namun hasil penelitian dari penelitian menggunakan metode ini tidak sulit untuk di analisis dan di jabarkan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul penelitian	Metode	Hasil
Sylvia Amanda	Nalisis <i>Willingness To Pay</i> Pengunjung Obyek Wisata Danau Situgede Dalam Upaya Pelestarian Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> - Pengambilan sampel dengan metode <i>non probability sampling</i> yaitu <i>Haphazard sampling</i>. - Analisis kuantitatif dan kualitatif - Pengolahan data menggunakan program SPSS 15.0 <i>for Windows</i> dan <i>Microsoft Office Excel</i> - CVM 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengunjung dominan laki-laki berusia 17-23 tahun, belum menikah, belum mempunyai tanggungan dan berstatus pelajar/mahasiswa. - Sebesar 81 persen pengunjung bersedia membayar dalam upaya pelestarian lingkungan. - Nilai rata-rata WTP danau situgede sebesar Rp 3.588,24. - Faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar pengunjung yaitu faktor tingkat pendapatan, pemahaman serta pengetahuan responden mengenai manfaat dan kerusakan danau, dan faktor biaya kunjungan responden.
Siti Devi Fadilah	Analisis <i>Willingness To Pay</i> (Wtp) Pengunjung Terhadap Paket Wisata Di Wana Wisata Curug Nangka (Wwcn)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengambilan sampel dengan menggunakan Convenience sampling atau accidental di zona - Pengolahan data 	<ul style="list-style-type: none"> - Sebanyak 66,25 persen responden menyatakan bersedia untuk membayar paket wisata <i>Jogging track plus</i> dan untuk paket konservasi sebanyak 83,75 persen responden menyatakan

	Kabupaten Bogor	<p>menggunakan microsoft office excel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisis data menggunakan kualitatif dan kuantitatif - CVM 	<p>bersedia membayar.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Paket wisata <i>jogging track plus</i> memiliki nilai rata-rata WTP sebesar Rp 56.132,00 dan Paket konservasi memiliki nilai rata-rata WTP sebesar Rp 127.313,00 - Faktor-faktor yang mempengaruhi secara nyata besarnya nilai WTP responden untuk kedua paket wisata tersebut adalah variabel lamanya menempuh pendidikan dan tingkat pendapatan.
--	-----------------	---	---

